



**PEMASARAN STRATEGI PT SENTUL CITY Tbk.
DALAM MEMENUHI PANGSA PASAR PROPERTI DI
JAKARTA DAN BOGOR**

TESIS

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Oleh
Andang Supriyanto

55113320038

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCA SARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
2015**



**PEMASARAN STRATEGI PT SENTUL CITY Tbk.
DALAM MEMENUHI PANGSA PASAR PROPERTI DI
JAKARTA DAN BOGOR**

TESIS

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan
Program Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen**

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Oleh

Andang Supriyanto

55113320038

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCA SARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
2015**

PENGESAHAN

Judul : **Pemasaran Strategi PT Sentul City Tbk. Dalam Memenuhi Pangsa Pasar Properti di Jakarta dan Bogor**

Bentuk karya Akhir : Riset Bisnis

Nama : Andang Supriyanto

NIM : 55113320038

Program : Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen

Tanggal : Desember 2015

Mengesahkan:

Pembimbing Utama



Prof. Dr. Masyudzulhak Djamil, SE, MM

U N I V E R S I T A S

M E R C U B U A N A

**Direktur Program Pascasarjana
Management**

Ketua Program Studi Magister



Prof. Dr. Didik J. Rachbini



Dr. Augustina Kurniasih, ME

PERNYATAAN

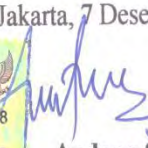
Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Karya Akhir ini :

Judul : **Pemasaran Strategi PT Sentul City Tbk. Dalam Memenuhi Pangsa Pasar Properti di Jakarta dan Bogor**
Bentuk karya Akhir : Riset Bisnis
Nama : Andang Supriyanto
NIM : 55113320038
Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen
Tanggal : 7 Desember 2015

Merupakan hasil studi pustaka penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 7 Desember 2015



Andang Supriyanto



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh,

Puji syukur kepada Allah SWT Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, yang selalu memberikan dan melimpahkan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tesis ini, yang merupakan salah satu syarat memperoleh gelar Magister Manajemen (M.M.) di Universitas Mercu Buana, Jakarta. Dalam penyusunan tesis ini, penulis banyak menghadapi kendala, terutama dengan adanya keterbatasan pengetahuan, pengalaman, dan waktu yang dimiliki penulis. Namun berkat bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, maka semua ini dapat diselesaikan dengan baik.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof.Dr.Masyhudulhak Djalmil SE.MM, selaku dosen pembimbing utama, yang dengan kesungguhan hatinya telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, serta pikiran untuk memberikan bimbingan dan saran-saran yang berguna dalam penulisan tesis ini
2. Dr. Ahmad Hidayat Sutawijaya,SE,MCom,Mphil,DBA selaku Ketua Dosen penguji
3. Prof.Dr Hafidz Aima.MS Selaku Dosen Penguji
4. Dr. I Made Adynan SE,MM Selaku Dosen penguji Seminar
5. Dr. Agustina Kurniasih, ME, selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.
6. Prof. Dr. Didik J. Rachbini, selaku Direktur Program Pascasarjana.

7. Segenap staff pengajar program studi Magister Manajemen, Universitas Mercu Buana yang telah mendidik dan memberikan bekal ilmu pengetahuan bagi penulis.
8. Ir. Aryo. H selaku Dept. Head Project PT. Sentul City Tbk. dan teman-teman PT. Sentul City Tbk. yang memberikan informasi dan masukan yang sangat berguna kepada penulis.
9. Sintiya Anugra, istriku tercinta dan anak-anakku; Alisha Najla Nararya dan Brianna Naifah Ramaniya, serta kedua orang tuaku, yang telah memberikan perhatian dan dukungan baik moral maupun materiil kepada penulis selama ini.

Akhir kata, semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkannya.

Jakarta, 7 Desember 2015

UNIVERSITAS
Andang Supriyanto
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

ABSTRACT.....	i
ABSTRAK.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	7
1.3. Perumusan Masalah.....	10
1.4. Batasan Masalah Dan Asumsi.....	10
1.5. Maksud Dan Tujuan Penelitian.....	11
1.6. Kegunaan Penelitian.....	11

BAB II DESKRIPSI PERUSAHAAN

2.1. Sejarah Perusahaan.....	13
------------------------------	----

2.2. Lingkup Bidang Usaha.....	14
2.3. Filosofi, Visi, Dan Misi PT. Sentul City Tbk.....	16
2.4. Struktur Organisasi PT. Sentul City Tbk.....	17
2.5. Orientasi Tugas Dari Struktur Organisasi PT. Sentul City Tbk	18
2.6. Prospek Usaha.....	21
 BAB III KAJIAN PUSTAKA	
3.1. Kajian Pustaka.....	24
3.1.1. Pemasaran Strategi	24
3.1.2. Posisi-posisi Persaingan Strategik Perusahaan.....	27
3.1.3. Implementasi Strategi.....	29
3.2. Penelitian Terdahulu	40
3.3. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	43
3.4. Hipotesa	45
 BAB IV METODE PENELITIAN	
4.1. Jenis Dan Desain Penelitian	49
4.2 . Pendekatan Perencanaan Strategis	55
4.3. Proses Perencanaan Strategi Fungsional	60
4.4. Metoda Pelaksanaan Perencanaan Strategi Fungsional	61

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1. Evaluasi Pelaksanaan Pemasaran Strategi PT. Sentul City Tbk	
Saat ini.....	64
5.1.1. Matrik Competiteve Profil	67
5.1.2. Competitor & Industri Analis	67
5.1.3. Analisa Swot Positioning & Brand Pt.Sentul City.Tbk	70
5.1.4. Analisa Swot Retention	75
5.1.5. Analisa Swot Organisasi & Culture.....	79
5.1.6. Analisa Swot Segmentasi & Targeting	83
5.1.7. Corporate Resources Ifas Table.....	97
5.1.8. Analisis Of Strategic Factors ,Efas Table.....	100
5.1.9. Politik and Regulation	103
5.1.10 Matrik SPACE	104
5.1.11 Matrik QSPM	105
5.1.12 Matrik Towns PT Sentul City.Tbk.....	109
5.2. Pembahasan Langkah-Langkah Strategi	112
5.2.1. Pembahasan Segmentasi Dan Targeting	112
5.2.2. Pembahasan Positioning Dan Brand.....	113
5.2.3. Pembahasan Retention	113
5.2.4. Pembahasan Organisasi Dan Culture	114
5.2.5. Analisa Offering.....	114

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6. 1. Kesimpulan	116
6. 2. Saran.....	118
DAFTAR PUSTAKA	120
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	126



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	: Hasil Penelitian Strategi Pemasaran yang Sejenis Terdahulu	42
Tabel 4.1	: Rencana Data dan Informasi, Sumber, Metoda Pengumpulannya	53
Tabel 5.1	: Matriks CPM.....	67
Tabel 5.2	: Analisis Strength Terhadap Positioning Dan Brand	70
Tabel 5.3	: Analisis Weakness Terhadap Positioning Dan Brand	72
Tabel 5.4	: Analisis Opportunity Terhadap Positioning Dan Brand	73
Tabel 5.5	: Analisis Threat Terhadap Positioning Dan Brand	74
Tabel 5.6	: Analisis Strength Terhadap Retention	75
Tabel 5.7	: Analisis Weakness Terhadap Retention.....	76
Tabel 5.8	: Analisis Opportunity Terhadap Retention	77
Tabel 5.9	: Analisis Threat Terhadap Retention	78
Tabel 5.10	: Analisis Strength Terhadap Organisasi Dan Culture	79
Tabel 5.11	: Analisis Weakness Terhadap Organisasi Dan Culture	80
Tabel 5.12	: Analisis Opportunity Terhadap Organisasi Dan Culture...	81
Tabel 5.13	: Analisis Threat Terhadap Organisasi Dan Culture	82
Tabel 5.14	: Analisis Strength Terhadap Segmentasi	84
Tabel 5.15	: Analisis Weakness Terhadap Segmentasi.....	85
Tabel 5.16	: Analisis Opportunity Terhadap Segmentasi.....	86
Tabel 5.17	: Analisis Threat Terhadap Segmentasi	87
Tabel 5.18	: Analisis Strength Terhadap Targeting	88

Tabel 5.19 : Analisis Weakness Terhadap Targeting.....	89
Tabel 5.20 : Analisis Opportunity Terhadap Targeting	90
Tabel 5.21 : Analisis Threat Terhadap Targeting	91
Tabel 5.22 : Analisis Strength Terhadap Offering	92
Tabel 5.23 : Analisis Weakness Terhadap Offering.....	93
Tabel 5.24 : Analisis Opportunity Terhadap Offering.....	94
Tabel 5.25 : Analisis Threat Terhadap Offering.....	95
Tabel 5.26 : IFAS (Faktor Strategis Internal).....	97
Tabel 5.27 : EFAS (Faktor Strategis Eksternal).....	100
Tabel 5.28 : Matriks QSPM PT. Sentul City Tbk.....	105
Tabel 5.29 : Matriks TOWNS PT. Sentul City Tbk.....	109



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	: Grafik Pertumbuhan Penjualan Rumah.....	7
Gambar 2.1	: Struktur Organisasi PT. Sentul City Tbk	17
Gambar 3.1	: Diagram SCORPIO.....	30
Gambar 3.2	: Diagram Kerangka Pemikiran Penelitian.....	44
Gambar 4.1	: Proses Perencanaan Strategi Pemasaran.....	60
Gambar 4.2	: Alur Perencanaan Strategis.....	63
Gambar 5.2	: Analisa Strength Positioning dan Brand	71
Gambar 5.3	: Analisa Weakness Positioning dan Brand	72
Gambar 5.4	: Analisis Opportunity Positioning dan Brand	73
Gambar 5.5	: Analisis Threat Positioning dan Brand	74
Gambar 5.6	: Analisis Strength Retention	75
Gambar 5.7	: Analisis Weakness Retention.....	76
Gambar 5.8	: Analisis Opportunity Retention	77
Gambar 5.9	: Analisis Threat Retention.....	78
Gambar 5.10	: Analisis Strength Organisasi & Culture.....	79
Gambar 5.11	: Analisis Kelemahan (<i>weakness</i>) Organisasi dan Culture....	80
Gambar 5.12	: Analisis Peluang (<i>opportunity</i>) Organisasi dan Culture	81
Gambar 5.13	: Analisis Ancaman (<i>threat</i>) Terhadap Organisasi dan Culture	82
Gambar 5.14	: Analisis Kekuatan (<i>Strength</i>) Terhadap Segmentasi	84

Gambar 5.15 : Analisis Kelemahan (<i>weakness</i>) Segmentasi	85
Gambar 5.16 : Analisis Peluang (<i>Opportunity</i>) Segmentasi	86
Gambar 5.17 : Analisis Ancaman (<i>Threat</i>) Segmentasi	87
Gambar 5.18 : Analisis Kekuatan (<i>Strength</i>) Targeting	88
Gambar 5.19 : Analisis Kelemahan (<i>Weakness</i>) Targeting	89
Gambar 5.20 : Analisis Peluang (<i>Opportunity</i>) Targeting	90
Gambar 5.21 : Analisis Threat Targeting	91
Gambar 5.22 : Analisis Strength Offering	92
Gambar 5.23 : Analisis Weakness Offering	93
Gambar 5.24 : Analisis Opportunity Offering	94
Gambar 5.25 : Analisis Threat Offering	95
Gambar 5.26 : IFAS Tabel	99
Gambar 5.27 : EFAS Tabel	102
Gambar 5.28 : Matrik SPACE PT. Sentul City Tbk	104

MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Rencana data,Informasi,sumber, metode pengumpulannya.....	126
Lampiran 2. Pedoman wawancara 2.....	127
Lampiran 3. Pedoman Wawancara Persepsi pelanggan.....	130
Lampiran 4. Pedoman wawancara 3.....	132
Lampiran 5. FGD	133

